

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 012/05/21-492/2024 и назначении дела к рассмотрению

«18» июля 2024 года г. Йошкар-Ола

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела Марийского УФАС России <...>, рассмотрев материалы по факту распространения рекламы «Разливное, живое, пенное», «лучшее разливное» сопровождаемой изображениями бокала, кружки с пенными напитками, размещенной по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, б-р Чавайна, д. 16,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе осмотра рекламы от 16.07.2024 установлено размещение рекламы по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, б-р Чавайна, д. 16 следующего содержания:

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у

потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

Размещенная текстовая информация: «Разливное, живое, пенное», «лучшее разливное» сопровождаемая изображениями бокала, кружки с пенными напитками, подпадает под определение, данное в статье 3 Закона о рекламе, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

По смыслу статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной.

При этом недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Пунктом 29 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой

рекламы с использованием утверждений в превосходной степени должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

В рассматриваемой рекламе присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «Лучшее разливное» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение.

Таким образом, при оценке текста размещенной рекламы действующему законодательству Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования над такими же товарами иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор товаров того или иного производителя или продавца товара.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Кроме того, в соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Указанная реклама располагается на фасаде здания, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

При этом также в соответствии с частью 3 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Как видно из фотографии спорной рекламы предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует.

На основании вышеизложенного, Марийским УФАС России в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе – рекламодатель, пункта 3 статьи 21 Закона о рекламе – рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии с пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из изложенного следует, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП М.

Таким образом, антимонопольный орган усматривает в действиях ИП М. признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе при распространении и размещении рассматриваемой рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольными органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 012/05/21-492/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело № 012/05/21-492/2024 к рассмотрению на **13 августа 2024 года в 10 часов 30 минут (по Московскому времени)** в помещении Марийского УФАС России, по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.
3. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП М. (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>).
4. ИП М. в срок до 12 августа 2024 года представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения (с сопроводительным письмом, где указываются в качестве приложений все запрошенные документы):
 - указать, признает ли индивидуальный предприниматель признаки нарушения Закона о рекламе в соответствии с обстоятельствами, изложенными в настоящем определении?
 - информацию о том, кто является рекламодателем, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы (с приложением подтверждающих документов);
 - сведения о периоде размещения рассматриваемой рекламы «Разливное, живое, пенное», «лучшее разливное» сопровождаемой изображениями бокала, кружки с пенными напитками, расположенной по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, б-р Чавайна, д. 16;
 - сведения о стоимости производства, изготовления и размещения указанной рекламы;
 - иные документы и сведения, имеющие отношение к рассматриваемому вопросу.

Также сообщаем, что Вы вправе принять участие в рассмотрении дела посредством удаленного доступа по ссылке:

<https://fas1.tconf.rt.ru/c/3231631500>.

Информацию о невозможности участия посредством удаленного доступа необходимо сообщить до 12 августа 2024 года до 17:00.

Председатель Комиссии <...>